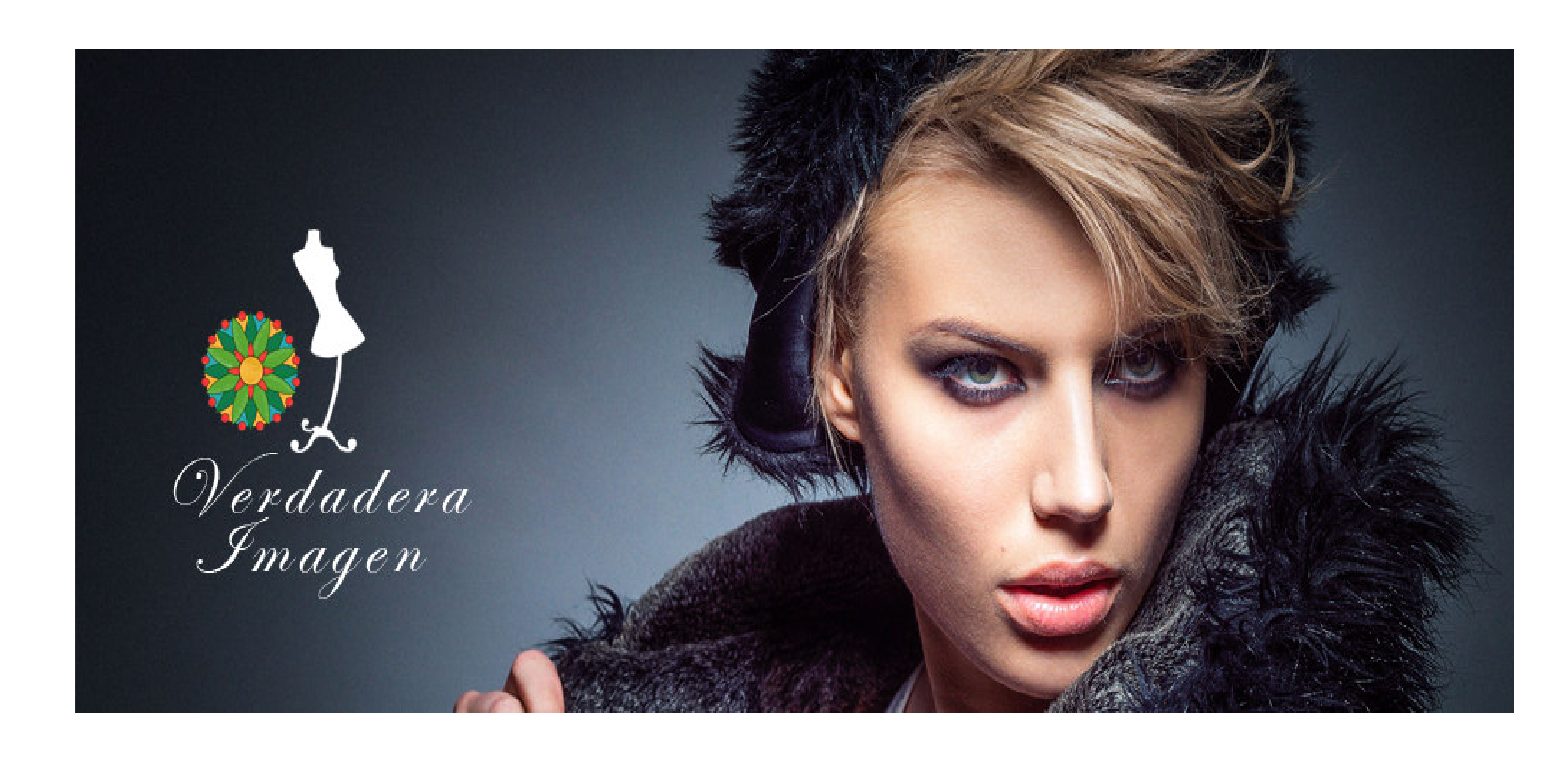
LA COMUNICACIÓN SIMBÓLICA EN LA MUJER EJECUTIVA



Verónica Neumivakin

www.verdaderaimagensite.wordpress.com

El impacto comunicacional a través del COLOR.

4 PASOS para lograr una imagen profesional seductora, creativa y de alto Impacto.

1. El color es Energía.

2. El color es Emoción.

3. El color es Belleza.

4. El color es Comunicación.



Indice

Introducción

El color resulta ser una poderosa herramienta de comunicación, uno de los principales componentes de la Imagen profesional, muy útil a la hora de crear de una renovada presencia transformando la apariencia exterior.

Los colores poseen un efecto significativo a nivel energético.

Constituyen un recurso poderoso y accesible que tenemos al alcance de la mano para equilibrarnos.

Conocerlos ayudará a seleccionar las prendas y el entorno que habitamos para conectarnos con su energía vital.

El color es vibración, energía visualizada.

Cada color está asociado a alguna emoción o pensamiento y nos evoca algún recuerdo.

Los colores al igual que los aromas quedan anclados en nuestra memoria emocional.

Tienen el poder de calmarnos, inspirarnos, excitarnos, equilibrar o alterar nuestras percepciones y producir diferentes estados de ánimo.

La teoría estacional del color es una herramienta que nos permite conocer cuales son nuestros colores para potenciar el impacto de nuestra imagen personal y reencontrarnos con nuestra particular belleza.

Al aplicar está teoría obtenemos como resultado una presencia seductora, en armonía con nuestros tonos naturales teniendo como eje principal el uso adecuado del color.

Nos permite afirmar, mejorar o modificar nuestra imagen profesional y refuerza nuestra comunicación no verbal.

Al descubrir cual es tu paleta personal encontrarás tu atractivo y cada pieza del guardarropa encontrará su lugar logrando comunicar congruencia entre lo que eres y los objetivos que persigues.

Cada mujer tiene su coloración natural y el secreto para encontrar los tonos más favorecedores se encuentra en las estaciones de la naturaleza.

La belleza de una mujer aparece mágicamente al vestir prendas que contengan el matiz propio de cada estación.

Sabrás si llevas el color adecuado cuando:

- Tu piel resplandece, luces atractiva, joven, saludable. Sientes seguridad y autoestima.
- El rostro se ilumina neutralizando imperfecciones, se percibe más lozano y vital.
- Tus ojos brillan con el color de ciertas prendas.
- Proyectas principalmente tus atributos más favorecedores, las facciones definidas.
- Tu presencia impacta en un primer momento quedando el color relegado al fondo.

Reconocerás que elegiste el color inadecuado cuando:

- Percibas sombras oscuras en tu cuello o mentón, se acentúan las ojeras.
- Con determinados tonos luces opaca, mayor de edad, enfatizando las líneas de expresión.
- Tus rasgos faciales aparecen más fuertes.
- Sientes duda sobre el atuendo elegido, baja vitalidad y seguridad.

El color expresa nuestra personalidad.

Cuando combinan con nuestra naturaleza sentimos una mayor autoconfianza, nos reencontramos con nuestra belleza individual.

Vestir con colores contrastantes darán como resultado que las miradas recaigan en ellos y no sobre nuestra presencia.

Ningún color carece de significado. El efecto que tiene cada color está influenciado por su contexto, es decir por la conexión de significados en la cual percibimos el color.

En el ámbito laboral, la apariencia que presentas juega un papel fundamental en tu desarrollo profesional.

La "primera impresión" parece ser la que realmente cuenta en las relaciones interpersonales, según un estudio realizado por dos investigadores norteamericanos, Michael Sunnafrank, de la Universidad de Minnesota, y Artemio Ramírez, de la Universidad de Ohio, publicado en el Journal of Social and Personal Relationships.

Lo que la investigación demuestra es que, con respecto a la percepción de los demás, la opinión sobre nuestra idoneidad profesional se decide en cuestión de minutos, no de días.

Los expertos consideran que es importante para las organizaciones crear una buena imagen institucional; por eso, a la hora de elegir a sus integrantes se tienen en cuenta la imagen personal y el estilo.

Po supuesto que esto es tan importante como sus aptitudes y conocimientos pero quizás sea un foco al que no le prestamos mayor atención y que se debe tener muy presente, ya que lo primero que percibimos de una persona es el aspecto exterior.

La Imagen que presentamos a los demás comunica de manera instantánea.

Treinta segundos son suficientes para proyectar una primera impresión.

Nos calibramos constantemente unos a otros. En ciertas ocasiones, nos acercamos o nos alejamos sin haber emitido la primera palabra.

Somos aprobados o rechazados en ese breve lapso de tiempo ya el 93% de la comunicación se transmite a través del canal no verbal.

La imagen personal se construye desde varios aspectos que hacen al mundo de lo simbólico.

Es el resultado de las percepciones, pensamientos, creencias, que cada persona crea de sus representaciones de la realidad y que la predisponen a actuar de determinada manera.

Tu imagen es la huella individual que dejas y que capta la mente de tu interlocutor.

Una imagen no sólo es la extensión de quien la emana, sino que también forma parte de quién la contempla y le otorga un significado.

Somos vistos antes de ser escuchados y saberlo puede ser un factor importante en el mundo empresarial.

Aprender a reconocer la importancia de la imagen profesional pude encaminarnos hacia el logro de nuestros objetivos.

La imagen personal es nuestra principal carta de presentación.



Cromoterapia hasta nuestros días…

1. El color es ENERGÍA.

El mundo del color y la energía que proyecta ha sido estudiado tanto por la cultura occidental como por la oriental.

En épocas muy antiguas, la misma naturaleza ha sido quién transmitió al hombre los primeros signos expresivos y simbólicos del color.

El ritmo de la vida y las diversas actividades estaban regulados por el ciclo del día y la noche.

* Los antropólogos Brent Berlín y Paul Kay comprobaron en una investigación acerca de los nombres de los colores en 98 lenguas, que en su mayoría aparecían primero las palabras para blanco y negro, derivadas de las usadas para lo claro y lo oscuro, el día y la noche.

La llegada del amanecer junto con la energía solar favorecía el inicio de la jornada, mientras que la oscuridad invitaba a hacer una pausa, al descanso y al sueño.

Los hombres primitivos reaccionaban de una manera intuitiva y sensorial ante los diferentes colores.

Se comunicaban por medio del lenguaje de sus ornamentos cuando todavía no mediaba entre ellos la conversación oral.

Usaban su cuerpo para hablar a partir de palabras hechas prendas, adornos y peinados.

Los colores y su significado representaban su principal medio de comunicación.

Las culturas antiguas adoraban al sol, fuente de luz, calor y de color.

Tenían conciencia también del alcance de sus poderes curativos.

El uso terapéutico del color tiene su origen en el antiguo Egipto.

La utilización de esta forma de energía con fines sanadores aparece en primera instancia en las enseñanzas que se le atribuyen al Dios egipcio Tot, más tarde conocido como Hermes.

Siguiendo estas pautas, los médicos egipcios y griegos incluido Hipócrates (el padre de la medicina occidental), utilizaban ungüentos y bálsamos donde incorporaban colores al proceso curativo, realizando sus sesiones en salas decoradas de diferentes tonalidades.

En algunos de aquellos antiguos escritos se menciona la relación de los colores con la salud.

Existían en épocas pasadas templos de diseño circular cuyos techos construidos con cristales de colores entrecruzados, refractaban fácilmente la luz, lo que favorecía vivir la experiencia del color, darse un baño con la energía que irradiaba cada tonalidad.

Un ejemplo sería el templo solar de Heliópolis (que significa ciudad del sol) en Egipto.
Esta ciudad fue la sede principal del culto al dios solar RA.

Se construían por aquellos tiempos espacios terapéuticos para que el paciente pudiera entrar en contacto con la cromoterapia según su padecimiento.

En la India se utilizaban minerales y piedras de colores con el fin de estimular la curación y restablecer el equilibrio.

El origen de esta terapia vibracional es antiquísima.

Consiste en un abordaje holístico, un tratamiento integral, que observa al ser humano en su dimensión física, mental, emocional y energética.

Los chakras son centros energéticos que conectan el cuerpo físico, el mental, el emocional y la conciencia. Significan rueda.

Estos centros se extienden en forma de remolinos por el campo energético que rodea al cuerpo físico y están compuestos por capas de energía que vibran a diferentes frecuencias.

Las funciones son:

- Revitalizar el cuerpo energético y con ello al cuerpo físico.

- Desarrollar autoconciencia. Cada centro se relaciona con una función psicológica específica.

- Transmitir energía.

- El primer chakra o llamado también raíz se relaciona con el color Rojo.
Cuando está armonizado experimentamos unión con el mundo físico.
Nos proporciona estabilidad, prosperidad, seguridad, fortaleza interior.

- El segundo chakra o centro del ombligo se vincula al color anaranjado.
Es el centro de las fuerzas creativas, lugar donde se fecundan los proyectos, el deseo, la pasión, la voluntad de cambio.
Cuando está en armonía la persona se siente a gusto con su cuerpo, su sensualidad, su expresión sexual y creativa.

- El tercer chakra o llamado del plexo solar se relaciona con el color amarillo.
Significa luz, calor, energía, actividad, purificación.
Es el centro de la energía emocional, del amor a uno mismo y del poder personal.
En armonía nos sentimos alegres y satisfechos interiormente.

- El cuarto chakra o centro del corazón se vincula al color verde.
Su función es la unión a través del amor.
Cuando está en armonía disponemos de un gran potencial de curación y transformación para nosotros mismos y para brindarnos a los demás.
Irradias cordialidad y alegría, compartes sentimientos.
La aceptación de nuestro ser desde lo más profundo del corazón puede transformarnos y abre la puerta hacia el amor a los otros.

- El quinto chakra o centro de la garganta se relaciona con el color azul.
Es el centro de la comunicación, de la expresión: la palabra hablada, escrita, la música, poesía, pintura, canto, danza, teatro.
Cuando está armonizado puedes expresar claramente pensamientos, sentimientos, conocimientos. Tu lenguaje es agradable y claro, tienes el don de la escucha.

- El sexto chakra o del tercer ojo se vincula con el color añil.
A través de él percibes tu Ser. Es el lugar donde se encuentra la fuerza psíquica. Se asocia con la mente superior y la intuición, la expansión de la conciencia.
Facilita la apertura mental favoreciendo la conexión con el Ser supremo.
Muy pocas personas tienen este centro abierto ya que su desarrollo va a la par de un importante crecimiento espiritual.
En armonía manifiesta discernimiento, conciencia superior, habilidades intelectuales.

- El séptimo chakra o centro de la coronilla se relaciona con el color violeta. Si está en armonía tu conciencia refleja calma, tranquilidad y unión con todo lo que te rodea. Vives conciente de la esencia de tu Ser.
Este centro nunca está cerrado. Se abre más o menos según el desarrollo y la evolución espiritual de la conciencia de cada persona.

Para conectarte con la energía de cada centro elige el color que necesites a través de:

- Aplicación del color en el cuerpo: para ello se utilizan lámparas con filtros de colores en una habitación oscura para que la luz llegue de manera óptima a la piel.

- Visualización y meditación en colores: se trata de crear en la mente el color asociado al estado de ánimo que deseamos experimentar.

El rojo nos proporciona energía para la acción mientras que el verde nos produce una sensación de bienestar y armonía.

- Respiración cromática: Consiste en realizar diversos ejercicios respiratorios mientras se visualizan colores.

Se inhala el color que necesitamos incorporar y se exhala el color complementario para lograr un estado de equilibrio emocional.

- Indumentaria: la selección de colores y matices en la vestimenta y accesorios produce efectos en la imagen personal y profesional que se proyecta y en el estado anímico.

- Decoración de interiores: Los tonos que seleccionamos a la hora de decorar nuestra casa y oficina influyen en nuestro descanso, productividad y energía vital.

- Nutrición. Una dieta equilibrada debería contener por lo menos cuatro colores. El organismo puede asimilar alimentos de diferentes tonalidades con el objetivo de restaurar y mantener la salud.

Cuando prepares tus próximas comidas, piensa… ¡A todo Color!

- Pintar mandalas: significa centro. Representan la totalidad. Son un método de curación para el alma.

Colorear un mandala estimula la creatividad ayudando a superar estados de estrés. Sólo se necesita tiempo, pinceles y colores.

El resultado es un reflejo de la personalidad de su autor, su imagen interna y sus necesidades emocionales actuales. Los mandalas enlazan cuerpo, alma y espíritu.



Percepción del color en la vida cotidiana.

2. El color es EMOCIÓN.

Todo lo que nos rodea tiene color: la ropa que vestimos, el auto que conducimos, los alimentos que consumimos, la casa que habitamos.

Los colores influyen en nuestro estado de ánimo y en las decisiones que tomamos a la hora de hacer compras: elegimos verde para los productos saludables, de bajas calorías ; azules y plateados para artículos que requieren mantenerse frescos, rojo para bebidas energéticas como gaseosas y café, las cremas blancas, níveas, suavizan la piel.

El logo azul característico de una universidad especializada en negocios nos inspira respeto, confianza, excelencia académica y entre los integrantes de una familia identificamos claramente a la "oveja negra".

Nombramos con colores también nuestro estado emocional actual: amarillo de envidia, rojo de ira, azul de frío, en ciertos días sentimos el ánimo gris, ante

un programa de televisión caracterizado por la escasa seriedad de contenidos exclamamos: ¡qué prensa amarilla!

Algunas noches las pasamos "en blanco".

Los colores en la actualidad así como en la antigüedad nos permiten comunicarnos.

Poseen un importante rol en nuestro mecanismo de percepción y en las respuestas a los estímulos que recibimos de todo cuanto nos rodea.

En épocas pasadas observamos que culturas tan ornamentadas como por ejemplo la egipcia, con su imponente arte orientado hacia el más allá, se caracterizaba por lucir esmeraldas, amatistas, jade, lapislázuli y varias piedras preciosas.

Usaban los cristales como amuletos y talismanes. Creían en la eficacia de las gemas para curar enfermedades.

En la actualidad muchos de los complementos que llevamos en nuestro atuendo actúan también como amuletos: cintas rojas para ahuyentar el mal de ojo, tatuajes, anillos con dibujos antiguos como el ojo de Horus, un símbolo protector en que se mezclan los rasgos del ojo humano con el halcón.

Las gemas y piedras habitan nuestra caja de accesorios como adorno o auxiliar energético: amatista violeta para conciliar el sueño, turquesa para despejar pensamientos negativos y adquirir claridad mental, un anillo decorado con rubíes acompaña un vestido de fiesta, comunicando poder.

Desde épocas remotas los hindúes utilizaban minerales y piedras para proporcionar las frecuencias energéticas necesarias con el fin de acelerar los procesos curativos y restablecer la armonía interior.

En la India y el Tíbet desde hace siglos los monjes utilizan la energía del color para acompañar su jornada de meditación a través de la visualización.

El color índigo o azul medianoche es un color místico, uno de los tintes más antiguos usados en la fabricación de textiles.*Su palabra clave es Poder.

La India es un país vibrante en color donde cada año se celebra el colorido festival Holi.

Se caracteriza por ser la fiesta más pagana de su calendario, un día en que el país juega a pintarse de colores celebrando la llegada de la primavera.

El uso del Color también marca diferencias sociales, de género, religiosas y profesionales.

* En Asia el amarillo era el color de la felicidad, la gloria, la sabiduría, la armonía y el color de la cultura.

En China el amarillo representaba la fuerza natural dispensadora de la vida.

Era el color de su majestad imperial, ya que los emperadores eran hijos del cielo.

Y además el color del estado y de la religión. Se utilizaba en el altar y significaba la gloria divina.

El amarillo representa la energía yang, la fuerza masculina, el principio activo, creador.

En occidente en cambio, el amarillo simboliza el sol. Representa diversión, acción, claridad mental, voluntad y estímulo.

Es un color ideal para facilitar las tareas mentales, estimula los procesos de aprendizaje, es una tonalidad adecuada para la decoración de un cuarto de estudio o ambientes de trabajo que requieran concentración.

Es un color contradictorio en cuanto a las sensaciones que genera.

Se lo asocia a la alegría, por eso la popular carita smile button es de color amarillo, pero también se vincula a la envidia.

El amarillo representa el intelecto y también la traición.

En la edad Media era un tono que señalaba a los desterrados de la sociedad: prostitutas, madres solteras, herejes, deudores, debían agregar a su vestuario alguna prenda amarilla que mostrara su deshonra, la cual era visible hasta en la oscuridad.

Algunas profesiones visten de amarillo, preferentemente aquellas actividades que necesitan verse a través de la niebla, el humo y la oscuridad como es el caso de los bomberos.
No es apropiado para llevar en la vestimenta corporativa ni para una ocasión nocturna o asistir a eventos formales.

A pesar de ser un color muy vistoso, se utiliza en los empaques que tengan alguna vinculación muy estrecha con el contenido, como es el caso de los bronceadores solares o los perfumes que incluyan en su composición, notas de vainilla.

En Europa el simbolismo de la ropa se oficializó y cada prenda se convirtió en un signo de distinción.

El color púrpura y oro eran los colores designados para las personas de sangre imperial. Su uso se reservaba exclusivamente para los integrantes de la familia Real.

La preparación de las prendas en color violeta llevaba mucho tiempo y lucirla sin pertenecer a la clase social autorizada era castigado con la pena de muerte.

En la actualidad el violeta y sus tonalidades de lila conservan su simbolismo aristocrático como observamos en parte del vestuario que exhibe la actriz Hellen Mirren en la película "La Reina".

El púrpura o violeta es el color de la ambivalencia, representa la unión del rojo y del azul, del espíritu y la materia, lo masculino y lo femenino, el yin y el yang, la unión de los opuestos.

En los tiempos en que se castigaba y discriminaba a los homosexuales las camisas de color lila y los pañuelos violetas eran signos discretos para comunicarse.

Violeta denota magia, (está presente en los dibujos animados de Walt Disney), es el color de la fantasía, el esoterismo.

También es el tono de los dulces pecados. Aparece repetidamente en los empaques de famosas marcas de chocolates.

Durante el período de la Roma Clásica los sacerdotes vestían de negro ya que era un color que irradiaba poder, misterio.

Se lo asociaba con la metafísica y la energía sobrenatural. Era el color que expresaba atributos masculinos como fuerza y autodeterminación.

El negro es una tonalidad distante y respetable, conectada principalmente con el mundo de los ideales y los interrogantes filosóficos.

En la pieza teatral de Shakespeare, el atuendo negro de Hamlet lo separa de los demás.

Actualmente es el color que menos depende de la moda y es excelente para comunicar la imagen de los objetos lujosos.

En estos productos la renuncia al color permite que se evidencie la calidad por si misma.

Los empaques de bolígrafos, perfumes, licores, vinos, generalmente seleccionan este tono.

El negro es la renuncia al color y a la exhibición.

Para la cultura occidental el negro ha sido tradicionalmente un color que acompañaba situaciones de duelo. Para los orientales el blanco simboliza esta circunstancia.

El color negro actualmente ya perdió parte de su significado asociado con el luto y se convirtió en un color llevado principalmente por diseñadores, editores y personalidades del mundo del arte y la moda.

Los filósofos antiguamente vestían de azul ya que representaba cualidades interiores como serenidad, profundidad intelectual, sabiduría eterna, sosiego, cultivo de la vida interior.

Quién lo llevaba revelaba ser una persona espiritual con gran capacidad comunicativa.

Muchos de los significados asociados al color azul provienen de su vinculación con el cielo y el agua, por ello se le atribuyen las características de los dioses: Verdad, libertad, tranquilidad, eternidad, paz.

Sus significados permanecen en la actualidad.

Representa inteligencia, el mundo de las ciencias, fidelidad, trabajo.

El azul es el color estrella en el mundo laboral, refleja que quien lo elige para su vestuario profesional posee competencias tan deseables como: capacidad intelectual, carácter pacífico, serenidad, madurez emocional.

En otros tiempos el color Verde se utilizaba para representar el triunfo a través de la corona de olivos.

La mayoría de sus asociaciones se refieren a la naturaleza, la primavera, la vida que se renueva.

Es un color tranquilizante relacionado con la salud. También se asocia a la fertilidad y a todo lo que crece.

El verde con azul (turquesa) es un color muy utilizado en los centros de Spa, a través de sales de baño, jabones, colonias, para ayudar a restaurar el equilibrio emocional ante situaciones de estrés. Es el color del alivio y la tranquilidad.

La indumentaria utilizada por el personal en los quirófanos es generalmente de color verde ya que en esa superficie la sangre se percibe marrón dando una menor impresión.

Antiguamente, las personas que pertenecían a las clases no privilegiadas, usaban un solo color en su vestimenta, preferentemente de tono oscuro, mientras que los oficiales podían llevar trajes con dos o tres colores combinados e incluso hasta siete colores, si pertenecían al séquito imperial.

En una época más reciente, un gran estudioso del fenómeno de los colores fue el artista Goethe.
Investigó los cambios fisiológicos y psicológicos que las personas experimentaban ante la exposición a la energía del color.

Su teoría fue la iniciadora de las investigaciones sobre la psicología del color y la influencia que tienen las tonalidades en el estado anímico.

En nuestra vida cotidiana observamos la energía que proyecta la luz violeta a través de un vitraux mientras estamos en un templo, prendemos un velador que emite luz naranja para crear un clima romántico, en un día de playa la contemplación del mar azul nos invita a meditar y relajarnos.

Actualmente la publicidad y los medios de comunicación emplean el simbolismo de los colores como herramientas para persuadir.

En la elección del color para la vida cotidiana influyen factores externos como: las tendencias, las modas, la vida social y profesional de cada persona, el clima y las estaciones de la naturaleza.

Las tonalidades del verano son más alegres, vibrantes, cálidas, invitan a la extroversión, mientras que los colores que llevamos en épocas de invierno, son neutros, pacíficos, fríos, con matiz azulado o gris.

La preferencia por un determinado color puede estar condicionada por su asociación a recuerdos agradables por ejemplo los colores que se llevaban en la vestimenta durante la época escolar

Un color expresa determinados mensajes y sensaciones a partir de las relaciones que se establecen en torno a él.

Un color puede aparecer en todos los contextos posibles: en el arte, la vestimenta, la decoración de interiores, la publicidad, los artículos de consumo y despierta sentimientos positivos y negativos.

* Cuando el simbolismo de los colores se refiere a los seres humanos, los diferentes significados dependen de la cultura.

Para una presentación de negocios ante un auditorio, la selección de un traje azul sería una opción muy favorecedora, mientras que para presentar un proyecto de diseño se vería demasiado formal y convencional.

La clave es el justo medio entre los extremos, la búsqueda del equilibrio.

La presencia de un tono puede ser muy positiva, mientras que su exceso puede llegar a ser contraproducente.

El azul es calmante, pero vivir rodeados de azul o vestir repetidamente de este color puede sumergirnos en un estado de melancolía.

Blues significa también triste. Las canciones de los blues hablan de penas, de momentos de nostalgia.

El uso del color representa todo un lenguaje no verbal que se puede leer de manera casi universal.

Colores y sentimientos no se combinan de manera accidental.

Sus asociaciones son experiencias que se producen durante nuestros primeros años en nuestra percepción.

Experiencia vivencial:

¿Qué color te gustaba en la infancia?

Transpórtate mentalmente hasta un jardín repleto de flores. Percibes aromas, texturas, sonidos de la naturaleza y colores.

Admiras la belleza de ese lugar al que perteneces y eliges una flor.

¿Cuál es, qué tono tiene?

Elige el color de la flor elegida y escribe automáticamente.

Por ejemplo:

Soy………Rojo, el color de la acción. Me identifico con la pasión, la sensualidad, la actividad. Amo los proyectos desafiantes.

¿Qué rasgos de tu personalidad se evidencian a través del color elegido?

¿Qué capacidades descubriste de vos misma por medio del color?



La Metáfora de las cuatro estaciones.

3. El color es BELLEZA.

Durante un proceso de cambio de Imagen los consultores utilizamos una teoría del color que nos ayuda a elegir las tonalidades del vestuario personal de una manera armoniosa con nuestro tono de piel, ojos y cabello.

Dicha teoría se inspira en los colores que observamos en la naturaleza durante el transcurso de cada estación.

Por ello, de una manera metafórica, se describen a las personas como: Otoño, Invierno, Primavera y Verano.

Cada una de ellas presenta características físicas que además de hacerla única la ayudan a potenciar o minimizar su belleza natural.

La teoría estacional del color se inspiró en los estudios del artista y profesor de la afamada escuela de diseño Bauhaus, Johannes Itten, quién observó que los alumnos realizaban creaciones de gran calidad si seleccionan ellos mismos los colores de sus obras plasmando aquellas tonalidades que complementaban con su color personal.

Al adaptar a la moda la teoría del profesor Itten se obtienen como resultado las cuatro paletas estacionales siendo una guía de gran utilidad a la hora de planificar el vestuario.

La consultora norteamericana Carole Jackson, profundizó estos conceptos y los publicó en los años 80s en su libro "El color de tu belleza", manual por excelencia utilizado en la actualidad al iniciar un proceso de cambio y renovación de la imagen y el vestidor.

Lucir colores de manera armoniosa y equilibrada en la vestimenta y arreglo personal es un factor determinante para comunicar eficazmente una poderosa imagen profesional.

Cuando se eligen tonos contrastantes o en desarmonía, se corre el riesgo de generar en el interlocutor sentimientos como saturación visual, desconfianza.

Podemos expresar a través de los signos que llevan de manera implícita las prendas falta de idoneidad profesional, desconocimiento de nuestro rol profesional y su respectivo código de vestimenta.

- Vestuario y Color

El color de las prendas, sobre todo de aquellas que acercamos de manera apropiada a la cara produce efectos de luz que automáticamente avivan el rostro y la mirada.

La luz emite el color hacia arriba, dando como resultado ciertas tonalidades que favorecen cada tez, o por el contrario, se proyectan sombras.

Por eso, para resaltar la presencia física de una persona es un recurso importante conocer cuál es la coloración dominante de cada quién con el fin de complementarla con los colores de las estaciones.

No todos los colores nos favorecen así sean el útimo grito de la moda.

Existe toda una gama de colores que nos hacen ver pálidas mientras que otra por el contrario, realza nuestras facciones y nos permite proyectar una imagen más saludable y vital.

El tono de piel, ojos y cabello es un aspecto determinante a tener en cuenta a la hora de elegir los colores de nuestro vestuario personal y profesional.

Nuestros genes nos han dado un tipo particular de coloración que se complementa con una de las paletas estacionales.

Al conocer la propia tonalidad las ventajas serán las siguientes:

- El salir de compras será una experiencia gratificante ya que podrás seleccionar los colores de las prendas que te favorecen rápidamente, sin pérdida de tiempo.

- Podrás armar de manera estética y equilibrada conjuntos completos para diferentes ocasiones: reuniones, presentaciones, juntas, viajes de negocios, incluyendo también los colores de los accesorios, maquillaje y coloración del cabello.

- Todos los elementos del vestuario serán combinables y funcionales.

- Llevar las tonalidades de manera armoniosa con nuestra coloración personal influye en nuestra autoestima. Sentirse bien vestida para la ocasión ayuda a proyectar una sensación de seguridad, sentido del gusto y capacidad de elección.

- Transformarás tu aspecto, dando como resultado una nueva imagen más auténtica, que refleje de manera congruente tu cargo profesional.

- La teoría del color resuelve el eterno dilema de no tener qué ponerse.

Las paletas estacionales

Observemos los colores que exhiben las estaciones de la naturaleza para comprender la tonalidad que predomina en cada ciclo.

En **otoño**, los paisajes nos regalan una tonalidad principalmente amarilla y dorada.

Abundan los tonos marrones, tostados, ocres, beiges, naranjas, verde musgo, terracota.

Los colores durante el transcurso de esta estación son INTENSOS. Las hojas lucen tostadas luego del ardiente verano.

La **primavera** se presenta como una estación CÁLIDA, más DELICADA.

Llega después del crudo invierno y la vida vuelve a brotar pausadamente.

Es una estación VIVA, BRILLANTE relacionada con el renacimiento y la renovación.

Los colores principales serán más claros: miel, salmón, coral, camel, beige, verde claro y todos los colores que tengan matices suavemente cálidos.

Según esta interpretación otoño y primavera son estaciones CÁLIDAS.

Durante el **invierno** los paisajes naturales se pintan principalmente de blanco nieve, azules, grises, negro.

Los colores de Invierno tienen matiz azul.

Son tonos VIVOS Y HELADOS: Azul intenso, violeta, morado, magenta, rojo primario, verde esmeralda, blanco, negro, gris.

Los colores del **verano** tienen sugerencia de celeste, verde agua, turquesa, son las tonalidades que aparecen en un paisaje marino.

El cuadro se completa con rosados y lilas, como los que disfrutamos durante un atardecer en la playa.

Invierno y verano (para esta teoría) son estaciones FRÍAS.

El tono de la piel es un detalle fundamental a tener en cuenta a la hora de seleccionar la coloración personal.

Es un filtro que determina si tu coloración pertenece a la gama cálida o fría.

Las pieles cálidas se caracterizan por tener un matiz de color amarillo.

Las pieles frías son blancas o rosadas con un matiz de color azul.

Tu coloración personal, al igual que tu paleta, puede ser cálida o fría.

Mujer Otoño

* Las características físicas de la mujer Otoño son:

- Piel: tono básico dorado. Piel marfil, beige dorado, beige cobrizo, negra dorada.

  Esta piel se broncea intensamente.

- Ojos: ámbar, miel, castaños, verdes.

- Cabello: castaño rojizo, castaño dorado, negro carbón.

Colores favorecedores:

Los colores otoñales son profundos y saturados con insinuaciones de naranja y oro. Los más convenientes son los llamados tonos tierra.

El blanco que mejor le sienta es manteca, ya que tiene sugerencia de amarillo en su composición.

· Todos los beiges cálidos.
· Marrón chocolate.
· Marrón rojizo.
· Caoba.
· Tostados.
. Ocres.
· Mostaza.
· Terracota.
· Calabaza.
· Rojo tomate, con sugerencia de naranja.
· Verdes selva.
. Verde manzana.
. Naranja.
. Amarillos con matiz anaranjado.
. Accesorios que proyecten calidez: dorados, oro, cobre, madera, carey.

Un ejemplo de personalidad otoño sería la actriz y cantante Jennifer López quien vistió un atrevido vestido verde manzana y turquesa con estampado jungle para la entrega de los premios Grammy 2000 muy comentado en todos los medios de comunicación.

Mujer Primavera

- * Piel: tiene un tono básico dorado: marfil cremoso, durazno, beige dorada. Tono de piel vivo y brillante.

- Ojos: verdes (puede tener manchas marrones en el iris) miel, castaños dorados.

- Cabello: rubio miel, rubio dorado, castaño dorado, rojo, gris dorado.

Los colores de PRIMAVERA son claros y delicados, brillantes, con sugerencia de amarillo.

Las mujeres primavera tienen una imagen delicada sin embargo, necesitan colores vibrantes.

Si eres Primavera, a la hora de organizar tu vestuario, piensa en CLARO, CÁLIDO Y VIVO.

Le favorecen:

· Blanco marfil.
. Tonos cremosos.
· Miel.
· Chocolate claro.
. Camel.
· Durazno.
· Turquesa.
· Salmón.
· Coral.
· Amarillo dorado suave.
. Verde manzana claro.
. Accesorios en metales dorados y delicados.

Pertenece a la estación Primavera la cantante mexicana Paulina Rubio.
La diferencia con la mujer Otoño es que lucen un color de piel más claro, broncean su piel en una tonalidad cobriza. Su cabello es rubio dorado.

Mujer Invierno

Se caracteriza por tener:

- * Piel: muy blanca, blanca con delicado tono rosado, beige rosada, cutis oliváceo, negra (con sugerencia de azul).

- Ojos: castaños claros, castaños oscuros, verdes agrisados, azules (con manchitas blancas en el iris) negros.

- Cabello: castaño mediano, castaño oscuro, negro azulado, gris plateado, blanco.

Las personas Invierno lucen con colores fríos.

Su característica principal a la hora de planear el vestuario es pensar en: AZUL, VERDADERO Y VIVO.

Llevan con mucho éxito:

· Blanco puro.
· Negro.

· Grises desde el matiz claro hasta el carbón.
· Azul marino.
· Morado.
· Colores primarios: rojo, amarillo y azul.
. Verde esmeralda, azulado.
· Violeta.
· Rosados.
· Magenta.
. Accesorios plateados.

La actriz Liza Minelli es una típica Mujer Invierno. Tiene el cabello intensamente negro azabache en contraste con un tono de piel muy blanca.

A estas personas les luce de manera fabulosa el acorde blanco-negro en la vestimenta, un dúo que resulta favorecedor a la hora de armar el vestuario profesional.

Mujer Verano

Sus características principales son:

- * Piel: blanca, beige pálida, rosada.

- Ojos: azul agrisado (con iris nebulosos), verde agrisado, gris pálido, azul claro, aguamarina, castaño claro.

- Cabello: rubio platinado, rubio ceniza, rubio "ratón", castaño topo, gris azulado, blanco perlado.

La mujer verano es aquella a la que le sientan muy bien los tonos pastel.

Al elegir su vestuario debe tener en mente los conceptos: AZUL, ROSA Y SUAVE.

Los colores del verano se encuentran en la parte fría del círculo cromático, son de saturación atenuada.

La mujer Verano es muy femenina, tiene cierto aire aristocrático, debe buscar la suavidad y la armonía en la combinación de colores, más que los contrastes impactantes.

Llevan de manera óptima:

· Blanco suave con matiz rosado.
· Lila.

· Rosa pastel.
· Gris claro.
· Gris azulado.
· Celeste cielo.
· Verde agua.
· Rojo sandía (aquel que tiene matiz azul en su composición).
· Azules claros.
·Amarillo pastel.
. Accesorios plateados.

A esta coloración pertenecía la princesa Diana de Gales quien vestía de manera muy elegante y distinguida con la paleta de colores de verano.

Lucía frecuentemente tonos pasteles para las presentaciones diurnas y reservaba el color negro sólo para eventos y fiestas de noche.

Los colores corporativos por excelencia son los que pertenecen a las estaciones frías: Invierno y Verano.

A las paletas de otoño y primavera (naranja, salmón, verde claro, amarillo, turquesa, coral) se recomienda llevarlas en forma de accesorios si trabajas en un ambiente corporativo, tradicional.

El uso del color tiene una enorme influencia tanto en la imagen que proyectamos como en la energía que transmitimos a los demás y a nosotros mismos.

La imagen de una mujer renace, rejuvenece al descubrir la coloración natural y lograr combinar nuestra paleta estacional con el color del vestuario, maquillaje y accesorios.

Se proyecta de esta manera una imagen más auténtica, seductora, impactante, con una renovada sensación de seguridad y autoconfianza.

Lograrás a partir de la utilización de tu paleta de colores transmitir de manera visual tu inconfundible estilo y sello propio, tu Verdadera Imagen.

Experiencia vivencial:

El análisis del color consiste en una evaluación de tu tono de piel, ojos y cabello, factores que orientarán hacia la paleta más favorecedora.

Para ello utiliza pañuelos o paños de colores. Hazlo con una camisa blanca para que la mirada no valore el color de la piel en relación con la ropa.

- Sobre el hombro derecho prueba colores que pertenezcan a la gama cálida: naranjas, terracota, marrones, accesorios dorados.

- Sobre el hombro izquierdo coloca los tonos pertenecientes a la paleta fría: azules, fucsia, violeta, accesorios plateados.

No juzgues las características del color sino la eficacia con que revela tu tono de piel.

¡Mira tu cara! No el Color.

Esta prueba se basa en la comparación.

Si luces con la gama cálida, eres Otoño o Primavera.

- Si te favorecen los colores cálidos, intensos, saturados eres Mujer Otoño.

- Si por el contrario, te van mejor los colores cálidos, delicados, eres Mujer Primavera.

Si luces con la gama fría eres Invierno o verano.

- Si te favorecen los colores azulados, saturados, eres Mujer Invierno.

- Si te resultan más apropiados los tonos fríos, en matiz suave, eres Mujer Verano.



4. El color es COMUNICACIÓN.

Los colores corporativos y su significado:

- **El conservador Azul**

Es el color que posee más seguidores. Significa constancia, serenidad, libertad, lealtad, honestidad.

Sugiere espiritualidad y orden. Representa el mundo de la ciencia y la inteligencia. Es el color de la fidelidad.

Las novias inglesas incorporan en su ajuar algo nuevo, algo antiguo, algo prestado y algo azul, o sea fiel.

El zafiro es la piedra que simboliza la fidelidad.

Hombres y mujeres visten frecuentemente de azul.

Es un color de alta autoridad que está presente en los uniformes de la fuerza policial en la mayoría de los países occidentales.

Desde tiempos antiguos se conocía una tintura estable a la luz solar: el color índigo.

Este color, llamado también añil, logró que el azul sea el color por excelencia para las prendas de vestir. La indumentaria laboral se comenzó a teñir de índigo a partir de entonces.

Las diferentes tonalidades de azul identifican por excelencia al mundo corporativo, por lo que se convierte en una opción segura para la vida cotidiana y el trabajo, especialmente para aquellas profesiones que requieren lucir una apariencia formal y conservadora, ya que es un color que no agrede ni amenaza.

Es una tonalidad que en el mundo de los negocios refleja credibilidad, confianza, concentración, tenacidad.

Expresa que quién lo lleva posee un espíritu tranquilo, es una persona de gran intuición, sus emociones proyectan paz.

Es un tono vinculado a la razón, la cual no está sujeta a la pasión.

- La elección del color azul es segura si el objetivo es:

- Proyectar una imagen de autoridad, responsabilidad, madurez.

- Ideal para llevar como color de base al pensar en lucir un vestuario ejecutivo.

- Resulta fácil de combinar con otros colores y difícilmente se recuerde en forma detallada un diseño en azul, por lo que puede llevarse en repetidas ocasiones en una chaqueta, abrigo, traje, pantalón o gabardina.

Los básicos o indispensables son prendas que se intercambian fácilmente con prendas actuales, de tendencia, coloridas.

- El celeste o azul suave crea una sensación de juventud, frescura, proporciona luz al rostro, suaviza la imagen.

- Resulta otra alternativa a la tradicional camisa blanca. Lo elige acertadamente el líder que desea formar equipos de trabajo y lograr que su discurso capte la atención de los participantes.

- Los tonos azules de saturación media sugieren elegancia atemporal, van bien con el guardarropa en todas las estaciones del año.

- Los tonos oscuros proyectan seriedad, responsabilidad. Son ideales para lucir durante la época invernal.



- **El formal y secretamente rico Negro**

Es un color sofisticado, misterioso. Conlleva distintos mensajes. Refleja autoridad. Es el color del poder, la negación y la elegancia sin riesgo.

Es la ausencia de luz, no es un color aunque es percibido como tal y ayuda a potenciar a otros colores.

Significa renuncia a la exhibición, a llamar la atención por eso su uso representa principalmente respeto.

Lo prefieren también aquellas personas que gustan aparecer como tradicionales y respetables.

La Indumentaria de color negro permite que brille y se destaque la personalidad de quién lo lleva. Es el color de la individualidad, la singularidad.

Sobre él lucen las joyas más sofisticadas, estiliza la figura, estrecha y profundiza las zonas del cuerpo que deseamos disimular, absorbe la luz, de ahí que se lo vincula como un color que proyecta esbeltez.

- En la vestimenta, la elección del color negro es una opción segura cuando:

- Deseas que resalten las virtudes de un atuendo, ya que la ausencia del color permite que tome protagonismo el diseño.

- Quieras resaltar otro color, por ejemplo es el marco ideal para lucir una fresca y juvenil camisa blanca.

- El contraste blanco-negro es un acorde clásico para llevar en contextos donde se requiera elegancia.

- Es un tono que proyecta glamour, especialmente en los modelos de gran gala si se desea lucir una elegancia atemporal y segura.
Resulta un gran comodín para lucir en un evento nocturno, para que la presencia de una mujer impacte con un elegante vestido largo.

- Un elemento indispensable en la vestimenta corporativa femenina es el clásico y versátil vestido negro.

Fue creado por Cocó Chanel en el año 1930 reemplazando al habitual vestido largo de seda negra que llevaban las mujeres de la época.

El "pequeño negro" era un vestido de cóctel que hasta la actualidad resulta apropiado para múltiples circunstancias formales.

Un vestido negro de corte clásico actúa como un telón de fondo que puede ser adornado con diversos pañuelos, joyas y accesorios, además de múltiples estilos de maquillaje. Se puede esta lista para una salida nocturna luego de una intensa jornada laboral sin necesidad de un cambio total de vestuario.

Es una prenda que posee una gran capacidad de transformación.

Chanel afirmaba: tres cosas necesita una mujer: una falda negra, un suéter negro y el brazo de un hombre que la quiera.



- **El respetable Blanco**

Expresa pureza, inocencia, impecabilidad, aristocracia, paz, honradez.

Es la unión de todos los colores del espectro solar, un color absoluto.

Vinculado a la verdad, la espiritualidad. Es el color de los dioses y ángeles. El blanco es el comienzo.

Los niños visten de blanco el día de su bautizo como símbolo de su entrada a la vida cristiana.

En el juego de ajedrez, quien empieza es el que tiene las fichas blancas.

Las aves blancas son enviadas desde el cielo, nos traen mensajes de felicidad como por ejemplo la cigüeña.

Para el hinduismo el comienzo de la creación se origina a partir de un mar de leche.

En Oriente es el color del luto pues se cree que la persona ha dejado el mundo físico para ir en busca de uno más puro.

El luto blanco se relaciona con la idea de reencarnación. En Asia, donde es popular esta creencia, se opta vestir de este color en los días de duelo.

En la iglesia católica cuanto mayor es el rango eclesiástico, más claro es su atuendo. Sólo el papa viste de blanco.

La piel más noble antiguamente era la de armiño y con ella se confeccionaban los mantos reales como el que lució el príncipe Willem Alexander el día de su coronación como rey de Holanda.

Los gobernantes de países democráticos también participan del simbolismo de este color. La residencia del presidente de los EEUU es la casa blanca.

El blanco crea una sensación de vacío, proyecta una fría neutralidad permitiendo potenciar la luminosidad de los otros colores.

La moda del vestido blanco estilo imperio del siglo XIX manifestaba la pertenencia a un estrato de la sociedad deseosa de exhibir los verdaderos valores culturales. Todo era blanco, recreando el estilo griego. La sencillez que aportaba el blanco era sublime.

La moda femenina completamente blanca expresaba el ideal del clasicismo.

*En la antigua Roma quien aspiraba a un cargo político debía presentarse primeramente en público vestido con una toga blanca.

Tener las “manos limpias” significaba que su conducta era intachable.

El blanco radiante se llama en latín “candidus”, de ahí deriva esta denominación hacia los aspirantes a cargos políticos, a quién los llamamos “candidatos”.

El color blanco se asociaba con la honradez, por ese motivo lo utilizaban y lo llevan en la actualidad los políticos como un color infaltable en la selección de sus camisas. En inglés, white significa también decente.

El color blanco impecablemente limpio y sin arrugas funcionaba en la indumentaria como un signo visible de Status.

Significaba posesión de riquezas y clase social elevada, demostrando de esta manera que se estaba libre de realizar oficios manuales.

En tiempos pasados, el color de la camisa que llevaba un hombre a su oficina revelaba su rango profesional.

A través de la camisa blanca se reconocía a los superiores, se los denominaba “cuello blanco”

Los obreros vestían camisas grises o azules y eran llamados “cuello azul”.

- Al seleccionar la vestimenta, el blanco es un color óptimo cuando:

- Quieras proyectar una imagen impecable, solemne, que inspire confianza, credibilidad, elegancia.

- Acompaña una imagen sobria, tradicional, respetable. Quienes visten de blanco buscan mantener cierta frialdad en medio del color.

- Combinado con gris o azul marino proyecta máxima autoridad y elegancia.

- El contraste negro-blanco, azul oscuro-blanco, gris oscuro-blanco, son opciones indispensables en el guardarropa profesional.

- Es una tonalidad óptima para lucir en reuniones elegantes, eventos formales, entrevistas de trabajo, exámenes.

- Lo suelen elegir también quienes participan en deportes de alto status como el tenis y el polo.

- Úsalo también cuando quieras dar una imagen moderna, de vanguardia. Era un tono que utilizaba frecuentemente en sus colecciones el diseñador

André Courreges en los años 60s para la creación de prendas geométricas de diseño futurista.

- Resulta ideal para llevarlo durante la época de verano. Claro y ligero. Las prendas claras reflejan la luz solar, son más frescas.



- **El neutral y discreto Gris**

Significa respetabilidad, neutralidad, discreción, experiencia, sabiduría.

Es el color de la reflexión, de las teorías elaboradas, decimos que una persona tiene “materia gris” para expresar su capacidad de discernimiento.

Muchas veces el color gris expresa también tristeza, duelo, melancolía.

Recuerda el cielo de invierno, la lluvia, la niebla, las sombras. El sauce llorón exhibe sus hojas de color gris.

Cuando el sol está ausente, el cielo y el mar, la naturaleza toda se pinta de un tono grisáceo.

Nombramos nuestras experiencias más desafortunadas con este color, como por ejemplo: “aquella era una época gris o estoy inmerso en la gris rutina”.

Cenicienta vestía de gris y así era el color de su vida cotidiana hasta que apareció el príncipe y la rescató.

Su nombre gris significa modestia y humildad.

Es un color asociado con la frialdad que proyectan los metales, pero también provoca una sensación de lujo y elegancia.

Resulta un color ideal para el diseño de accesorios corporativos: computadoras, celulares, bolígrafos, relojes, gemelos, herrajes de carteras, maletines, zapatos.

La ropa para la ciudad se suele confeccionar en colores grisáceos, recreando las tonalidades del cemento, los cielos nubosos, las veredas mojadas, los días de invierno, siendo la vestimenta habitual de los ejecutivos en casi todas las ciudades del mundo, especialmente aquellas similares a Londres en diseño arquitectónico y clima.

- El color gris es una tonalidad ideal para:

- Trabajar en un ambiente corporativo formal especialmente bancos, financieras, importantes corporaciones. Los ejecutivos que eligen vestirse de este color proyectan una imagen profesional, ecuánime, neutral, discreta.

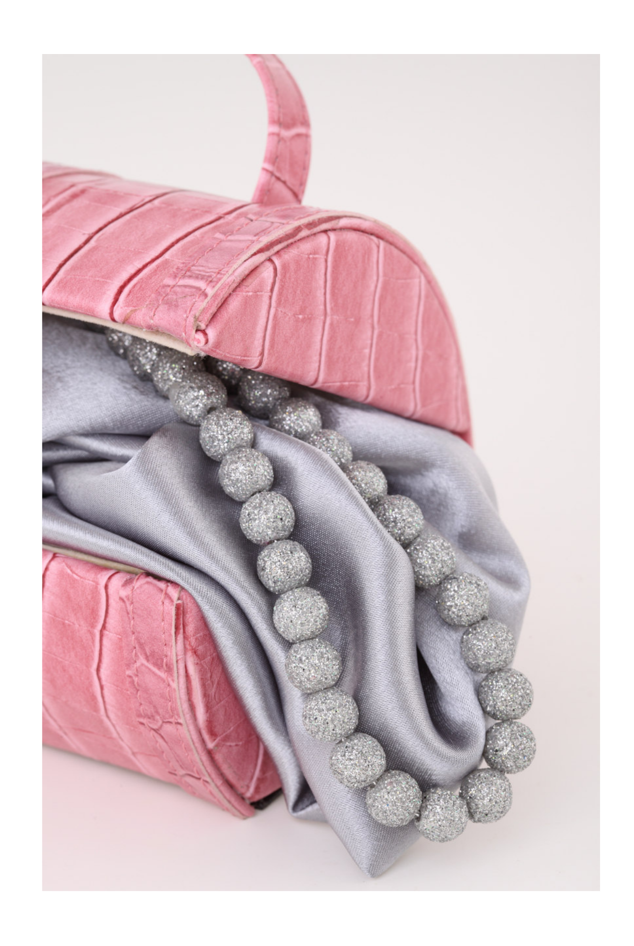
- La ropa gris sugiere que quien la luce, es una persona misteriosa, enigmática, que no expresa su mundo emocional.

- Es un color menos autoritario y desafiante que el negro o el azul marino profundo. Óptima elección para todos aquellos ejecutivos que prefieren pasar inadvertidos visualmente y que desean que se les reconozca por su capacidad de ejecución.

- Los tonos oscuros como el gris topo expresan convencionalismo, dominio de si mismo, alta autoestima, atributos estrechamente vinculados al éxito profesional.

- Los grises claros proyectan suavidad, encanto refinado, sutileza, sensibilidad.

- En la moda femenina el gris es un color que proyecta elegancia y distinción. La vestimenta se verá sencilla o lujosa dependiendo del material con que esté confeccionada cada prenda.



- **El prestigioso Dorado**

Es un color asociado al sol, a la energía divina, representa el color de la curación en Oriente. Simboliza iluminación.

En Occidente se asocia al oro y proyecta una sensación de riqueza y prestigio. Se vincula a la belleza.

Al oro se lo relaciona siempre con artículos de altísimo valor y gran lujo.

Todo lo que está rodeado de oro, posee un aura de nobleza.

Las superficies doradas atraen por su luminosidad. Representan poder, es el ejemplo de muebles y objetos antiguos.

Los marcos de los cuadros religiosos son, en su mayoría, dorados.

El color dorado refleja los valores que se solidifican con el paso del tiempo: la fidelidad, la confianza, los lazos de amistad.

Con la utilización del oro se sellan compromisos a largo plazo, de ahí que es el material utilizado por excelencia para confeccionar los anillos de matrimonio.

Tiene el poder de la durabilidad eterna. Representa la permanencia, por eso es tan popular la celebración de "las bodas de oro."

El vencedor en una competencia deportiva recibe como premio una medalla de oro.

La fama brilla como el oro. Los premios cinematográficos que se entregan a las celebridades son de oro, como el Oscar en Hollywood y en Argentina el galardón supremo se llama Martín Fierro de oro.

A la persona bondadosa y generosa que exhibe un noble comportamiento le atribuimos ser la portadora de un "corazón de oro"

- En el ámbito empresarial es un color adecuado:

- Para lucir en el diseño de accesorios femeninos especialmente si la mujer tiene piel dorada.

- Forma parte de atuendos y objetos como elemento decorativo: adorna cinturones, zapatos, carteras, relojes, lapiceras, joyas.

- Los tejidos dorados son demasiado llamativos y no se consideran elegantes para lucir durante la jornada laboral.

Las texturas brillantes como brocados, (telas de seda con hilos de oro entretejidos) lurex, lamé, son ideales para lucir de noche en diseños confeccionados especialmente para eventos festivos.

- **El moderno Plateado**

Es el color del frío invernal. La nieve refleja tonalidades plateadas.

Los cabellos y barbas cuando encanecen se convierten metafóricamente en reflejos plateados.

El color plata es el atributo respetuoso de la edad.

También es un tono que tiene vinculación con lo femenino: la luna, la noche y sus fuerzas mágicas.

El plateado se relaciona con los metales y las formas angulosas, vanguardistas, modernas, con los artículos funcionales y la tecnología.

El un tono que aparece frecuentemente en marcas de bebidas que deben tomarse bien frías.

La tonalidad plata se percibe pequeña y en segundo lugar junto a la majestuosidad del oro.

En los certámenes deportivos quien conquista el segundo lugar recibe la medalla de plata.

Se considera un color ágil, dinámico, activo.

La velocidad es uno de los conceptos con que se relaciona el color plata.

Los coches de carrera de Mercedes Benz son preferentemente plateados y en alemán se les llama "flechas de plata".

El plateado es un color también vinculado al dinero ya que para intercambiar bienes en la vida cotidiana se necesitaban monedas de fácil circulación y a la vez acuñadas en un material menos valioso que el oro.

El oro se guardaba mientras que con la plata se comercializaba.

El nombre Argentina surge del francés argent que significa plata, dinero.

- El plateado resulta un color ideal:

- Para lucir en accesorios que acompañan la vestimenta corporativa: anillos, pulseras, collares, aros, gemelos, bolígrafos, gafas y mobiliario moderno y funcional.

- Los diseños en plata parecen más actuales que los confeccionados en oro porque no es un color tan llamativo. Las joyas de aspecto plateado proyectan una imagen más juvenil.

-Es un color discreto, elegante, pasa a segundo plano, no expresa ostentación y permite que luzca y destaque la personalidad de quién lo lleva.

- **El poderoso Rojo**

Expresa fuerza, vitalidad, es el color de la sangre y la guerra.

Significa acción, impulso, dinamismo. Es excitante y estimulante, el color de las pasiones, el más vigoroso.

Su significado principal es poder y masculinidad, vinculado a la ira, al amor y al odio. Los guerreros vestían de rojo o utilizaban pinturas con este color.

Revela energía, entusiasmo, el rojo es símbolo de vida, el Rey de los colores y el primero que los niños distinguen.

Se relaciona con todas aquellas actividades que exigen más pasión que razón. Los guantes de boxeo generalmente son de este color.

El rojo protege de las miradas malintencionadas. Se creía que los recién nacidos que no habían sido bautizados eran vulnerables, por lo que se les colocaba una cinta roja como símbolo de protección.

Está considerado como uno de los colores de la felicidad en China. Con la llegada del nuevo año, los chinos expresan sus deseos escribiéndolos con letras doradas sobre carteles rojos.

Las mujeres chinas se casan vestidas de rojo. Las prendas para eventos especiales se confeccionaban en delicadas sedas en este color.

Las mujeres hindúes también contraen matrimonio vestidas de rojo en honor a Lakshmi, diosa de la prosperidad.

En Occidente Papá Noel reparte regalos vestido de rojo. Santa Claus viste este tono porque la tradición se remonta hasta el obispo Nicolás de Myra. En aquellos tiempos el color que llevaban no era púrpura como en la actualidad, sino rojo.

En épocas pasadas el color rojo era el más costoso y sólo la realeza ostentaba una capa roja.

En la actualidad se recrea el rojo noble en la entrada de hoteles y teatros: "la "alfombra roja" espera el ingreso de las celebridades.

- En cuanto a la vestimenta es un color apropiado en las siguientes situaciones:

- Cuando se quiere llamar la atención. El un color expansivo. Cuando lo usamos, nuestra presencia se amplía. Ilumina, añade un halo de poder. Ideal para proyectar autoridad.

- Para irradiar luz y energía al rostro. El rojo representa energía vital. Apropiado para comenzar el día con renovada pasión. Nos hace sentir más enérgicos, emprendedores y dispuestos a avanzar.

- Transmite alta autoestima. Lo eligen principalmente las personas de carácter extrovertido. Es el color de las personalidades que buscan vivir experiencias nuevas, desafiantes. Expresa dominio, confianza en si mismo, independencia, superación personal.

- Resulta apropiado para llevar en pequeñas extensiones. Luce como detalle en corbatas, pañuelos, carteras, zapatos, maquillaje, esmalte de uñas.

En una entrevista de trabajo no se recomienda llevar este tono ya que puede expresar que la persona que lo porta posee rasgos de carácter muy individualistas.

- Se corre el riesgo de dar una primera impresión de ser incapaz de integrar equipos de trabajo y de actuar con cierta inflexibilidad y tolerancia ante las opiniones de los demás.

-Emana sensualidad, pasión. Es el color ideal para momentos de seducción.



- **El armonioso Verde**

Rememora la naturaleza y el crecimiento.

Es el color que representa todo lo que puede crecer y desarrollarse.

Esta tonalidad refleja equilibrio, ya que los componen los colores asociados a la emoción (amarillo-cálido) y al juicio (azul- frío).

Expresa neutralidad, el justo medio entre los extremos. Tiene propiedades sedantes, otorga paz y tranquilidad mental. Es el color de la vitalidad.

Es un matiz de transición y comunicación entre los dos grandes grupos de colores: cálidos y fríos.

Se vincula a la esperanza, la calma, la armonía, la prosperidad.

El trébol de cuatro hojas (símbolo de la buena suerte) aparece comúnmente en las tarjetas de felicitación por la llegada de un nuevo año, acompañando deseos de abundancia.

La sabiduría popular expresa "verde esperanza" ya que este concepto se vincula a la vivencia de la primavera. La esperanza germina como reverdece la hierba en esta estación.

Verde es el color de los productos naturales, saludables, de las verduras y las hierbas. Es sabroso.

Sugiere también frescura. Los perfumes frescos anuncian que en su composición predominan las "notas verdes"

Representa la juventud. Una persona "verde" hace referencia a quién no ha madurado aun su personalidad.

Antiguamente una "joven verde" significaba ser una adolescente soltera.

Los accesorios verdes eran una característica visual de aquellas muchachas que estaban en edad de contraer matrimonio.

Las cofias que las mujeres llevaban a los oficios religiosos indicaban su estado civil. Las damas solteras las adornaban con bordados o encajes de color verde.

En los retratos, el fondo verde o las prendas de este color indicaban que el protagonista de la obra pertenecía a la burguesía.

Verde es el color sagrado del Islam. El Corán profetizaba que quien llevara una vida virtuosa sería recompensado en el más allá con un paraíso de verdes campos. Era un color venerado para los habitantes de inmensos desiertos.

En China el dragón verde simboliza la primavera y la fertilidad.

El verde permite dar paso cuando aparece en el semáforo. Los carteles verdes indican salida de emergencia.

Dar "luz verde" indica que se ha aprobado un proyecto.

La greencard, tan esperada por los inmigrantes garantiza estadía y trabajo legal en EEUU.

- Elige acertadamente color verde en las siguientes circunstancias:

- Luego de largas horas de trabajo, es una tonalidad que produce efectos restauradores a nivel emocional. Equilibra también la temperatura del cuerpo.

- Las personas que visten de verde expresan tener entre sus competencias personales criterio sólido, buen dominio de si mismo y saludable autoestima.

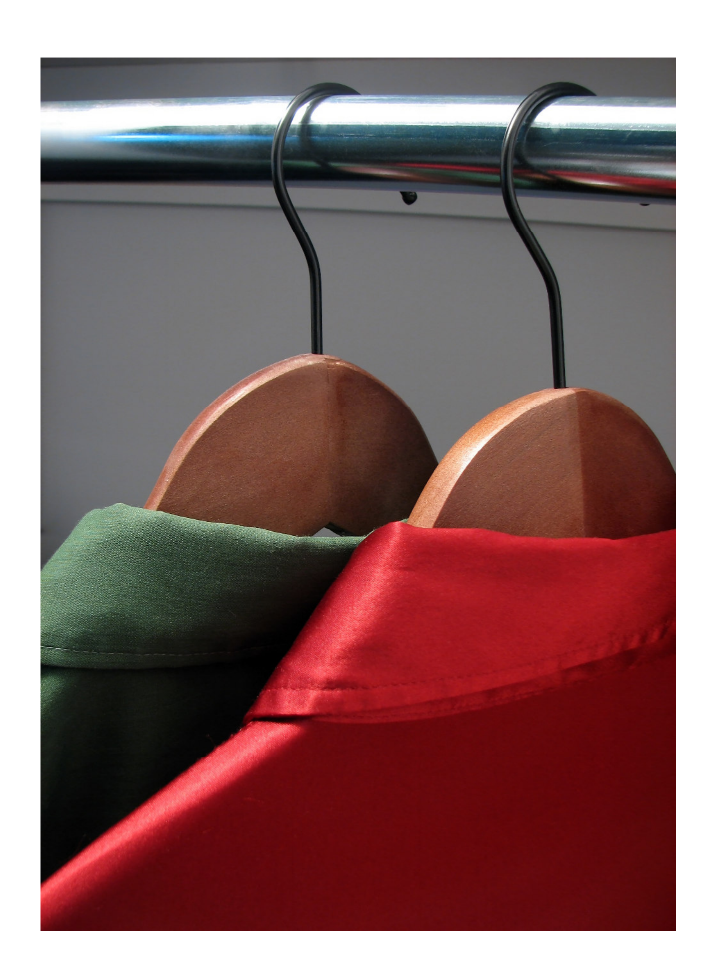
- Comunica que es una persona convencional a quien no le gusta sobresalir en la multitud.

- El color verde indica valores deseables en el espíritu ejecutivo como perseverancia, tenacidad, paciencia.

- Los verdes profundos: oliva, inglés, esmeralda son una alternativa a los sastres azul oscuro. También es un color ideal para llevar en sweaters, chalecos, cardigans.

- Ayuda a crear un ambiente calmo y equilibrado. Por lo general, quienes visten de verde son amantes de la naturaleza.

- Los orientales aconsejan tener plantas en la oficina como parte de la decoración de los espacios interiores para atraer la prosperidad a los negocios.



- **El suntuoso Violeta**

Es el color de la templanza, la magia, la sabiduría profunda, la capacidad de reflexión y transformación. Representa la fuerza del alma.

Se crea a partir de la unión del rojo y el azul, lo masculino y lo femenino. Significa la unión de la sensualidad y la espiritualidad.

Era un color reservado exclusivamente para los reyes por sus características de nobleza, dignidad, suntuosidad.

Todas las coronas reales son guarnecidas con terciopelo violeta.

Los cofres donde se guardan las joyas, con frecuencia son forrados con este tono.

Durante el imperio Romano sólo el emperador y su esposa podían vestirse de violeta. Los ministros y demás funcionarios lucían una orla en la túnica.

El violeta o púrpura representaba por ley, el color del Imperio.

A los senadores se les permitía llevar fajas de este color en la toga.

Los muebles eran tapizados con seda violeta y también quedaba estampada con este tono la firma del emperador.

El color violeta se vincula con los niveles de pensamiento más elevados y profundos.

En las Biblias más antiguas aparecen repetidamente imágenes de santos pintadas sobre un fondo violeta. Es el color de la Divinidad.

Este tono permanecía estable a la luz solar mientras que otros colores perdían su luminosidad, por ello se lo consideró símbolo de la eternidad.

El antiguo testamento menciona al púrpura como un precioso color. Este atuendo se reservaba sólo para los privilegiados.

El violeta comunica visualmente la jerarquía eclesiástica. Es el color elegido por los obispos. Representa la devoción y la fé.

Como color litúrgico de la Iglesia Católica, es el tono que representa el tiempo de recogimiento, el ayuno en adviento y la época de cuaresma.

Antiguamente los profesores universitarios de teología llevaban un birrete color violeta durante las celebraciones académicas.

En las pinturas antiguas se puede distinguir la importancia de cada retratado por la cantidad de púrpura que lleva en su indumentaria.

- En cuanto la vestimenta cotidiana es apropiado vestir violeta en las siguientes ocasiones:

- Si deseas proyectar una imagen femenina que comunique imaginación, intuición, misterio. Vestir de violeta suscita sentimientos de dignidad, valor, respeto por uno mismo.

- Es un color adecuado para lucir en la vestimenta corporativa si el objetivo es expresar visualmente confianza y afirmar su personalidad. Irradia profesionalismo.

- Los tonos ciruelas sugieren riqueza y elegancia. Conservan parte de su aura de status y prestigio de otros tiempos.

- Los tonos suaves, lilas anuncian una apariencia refinada, delicada. Resultan óptimos para la selección de blusas, camisas, sweaters, cardigans, twinset, pañuelos, pashminas.

- La gama de violetas son una excelente opción para llevar en sectores de trabajo tradicionales que requieran lucir una vestimenta formal y en cualquier situación en que se requiera actuar con tacto y diplomacia como por ejemplo durante encuentros de negociación.

- Si deseas impactar en una noche de fiesta, elige un vestido violeta brillante especialmente si tu coloración es Invierno.

- También es un color vinculado a ambientes artísticos.



- **El estable Marrón**

Significa estabilidad, seguridad, permanencia, solidez, apego a lo tradicional.

También se relaciona con el poder interior y la autoconfianza.

Es el color de la tierra y el hogar, valorado positivamente a la hora de decorar un espacio interior. Implica arraigo y construcción de cimientos firmes.

Resulta ideal para crear un agradable y acogedor ambiente social y familiar.

Su origen natural lo convierte en el color de la comodidad, la calidez y el confort.

Los colores marrones, beiges, suelen usarse principalmente en la ambientación de viviendas donde reina el clima frío para transmitir una sensación bienestar, para animar emociones.

Las tonalidades ocres evocan la estación del otoño.

Marrón es el color de lo maduro, del sabor intenso del café, la cerveza, el chocolate, el caramelo líquido.

Es un color neutro, en su presencia se opacan los demás colores, desaparece la pasión, la saturación, la luminosidad de un color.

- En la vestimenta es adecuada su elección en las siguientes ocasiones:

- Lleva marrón cuando no desees llamar la atención. Quien viste de marrón no quiere destacarse, sino pasar desapercibido y adaptarse a lo que el grupo de trabajo decida.

- Es el color de la simplicidad. Suscita organización y prolijidad.

- En cuanto a la selección de la vestimenta corporativa resultan ideales la gama de beiges (cuyo significado es crudo) ya que aportan luz.

- El beige es un color óptimo a la hora de realizar alguna investigación.

La gabardina del tradicional detective es de color beige. Ayuda a pasar desapercibido, se funde con el entorno, permite observar, detectar pistas, distinguir señales, sin ser visto.

- El marrón es un gran comodín, un tono neutro, adaptable a múltiples contextos. Combina muy bien con tonalidades doradas y naranjas especialmente en las personas de piel cálida. El vestir marrón acrecienta el dorado de la piel.

- Los tonos tierra son apropiados para lucir vestimenta casual: chaquetas de corderoy, pana, cuero, gamuza, zapatos y cinturones de carácter informal.

- El color marrón no expresa poder. La utilización de este tono en el trabajo corporativo masculino sugiere que quién lo lleva tiene un cargo de mando medio, proyectando una sensación de trabajo arduo con escasa remuneración. Refleja poca ambición.

* Una figura de comic norteamericano que personifica la mediocridad es el bondadoso y noble, pero a la vez eterno perdedor Charly Brown.

- No existe el marrón que sugiera nobleza. Es un color demasiado sencillo, cotidiano, asociado más con las tareas rurales.

- Los prestigiosos bancos privados ingleses evitan que sus ejecutivos vistan trajes marrones. Los presidentes tampoco llevan este color en su vestimenta.

- Es el color de la piedad. Se observa en la indumentaria de muchos religiosos, ya que los primeros monjes cristianos vestían hábitos de color natural, sin teñir.

Cuando se establecieron los códigos de color según la jerarquía eclesiástica, los tonos marrones y pardos lo llevaban las órdenes que hacían “votos de pobreza” por ejemplo los seguidores de San Francisco de Asís.

El color marrón significaba humildad para el cristianismo.



Conclusión

Los colores actúan en todos los niveles de nuestro Ser: físico, mental, emocional, espiritual, social, por eso afectan nuestro estado de ánimo, sensaciones, sentimientos y comportamiento.

Los efectos que producen son ópticos, psíquicos, simbólicos, estéticos, espirituales. Los colores nos impactan tanto psicológica como fisiológicamente.

El color revela todo un significado universalmente compartido a través de la cultura, la época, el género, la edad, la profesión.

El conocimiento del mundo del color nos introduce en un mundo apasionante que se aplica a la energía, las emociones, la estética, la decoración, la alimentación, la imagen personal, ya que todo lo que nos rodea lleva color.

Cuando elegimos un color en la vestimenta, en realidad estamos seleccionando una frecuencia vibratoria de estímulo que influye en la imagen que proyectamos y en la energía que transmitimos.

Las tonalidades tienen un enorme poder comunicativo en la imagen profesional. Los colores y las prendas que vestimos cada día hablan silenciosamente sobre nosotros.

Conocer los diferentes significados que portan representa una poderosa herramienta a la hora de comunicarnos con nosotros mismos y con el entorno.

A medida que nos conectamos con nuestro estado cromático interior seleccionaremos las tonalidades de manera acertada según el momento y contexto, utilizando la vestimenta como una extensión de nosotras mismas, y armonizando nuestro estado interior y exterior.

El color permite Re- Crearnos de manera lúdica y creativa.

Elegir colores a partir del dictado de la moda nos desconecta de nuestra singularidad.

Mediante las prendas tenemos la oportunidad de expresarnos.

La vestimenta brinda la posibilidad de transformarnos continuamente, de Re-crearnos sin dejar de lado la propia personalidad, que es nuestra característica indispensable para dejar una impronta y marcar la diferencia en nuestro entorno personal y profesional.

El vestido tiene una importancia fundamental en la construcción de la Identidad.

El ser humano es social por naturaleza y su necesidad de adornarse aparece por la existencia de la mirada del otro. Logrando así mostrar una apariencia en función de los demás.

Nos vestimos para aparentar aquello que deseamos demostrar y así aparece en escena la comunicación simbólica.

Todos poseemos una imagen, no se puede evitar. Conocer de qué manera nos comunicamos nos ayuda a construir un mensaje más eficaz, a comprender qué impacto generamos en los otros.

Es imposible no comunicar, siendo la imagen personal un elemento crucial y definitivo en el momento en que vamos a decidir crear unidades de negocios con una persona.

El cuidado de nuestra presencia resulta ser un componente adicional en una exitosa estrategia de negocios, que genera valor a nuestra carrera profesional.

Tenerla en cuenta representa un gran capital.

Somos mensaje. Todo comunica. Pensar qué vestimos cada día es igual a pensar en cada palabra que decimos.

Hasta cuando permanecemos en silencio nuestra ropa habla, contando quiénes somos.

Colores, diseños, texturas son signos que conforman un lenguaje y en la selección de cada uno de ellos aparece tu reflejo.

La moda representa un sistema no verbal de comunicación.

Se caracteriza por exalta lo novedoso y vive un breve espacio de tiempo.

Está hecha de cambio permanente y de diversidad semiótica inscribiendo signos en la superficie corporal.

La moda danza a la par de la letra, depende de nosotras ponerla a hablar.



¿Qué dicen los colores de ti?

"Los colores son al ojo, lo que los valores son al alma"
Anónimo

Bibliografía

Albright Rose. La magia de los colores, Editorial Planeta.
Calvo Ivanovic, Ingrid. Significados del color: Amarillo/Violeta. www.proyectacolor.cl.
"Como te ven, te tratan", Revista Psicología Positiva, Buenos Aires, marzo 2013, Número 54, página 16.
Fotos. Laboratorio Photl. Com, Stock Photography. Photoxpress.
Foto portada: www.pixabay.com.
Heller, Eva. Psicología del color. Gustavo Gili, Barcelona, 2004, páginas 18-59.
Heller, Eva. Psicología del color. Gustavo Gili, Barcelona, 2004, páginas 173-258.
Henderson, Veronique- Pat Henshaw. Mi color perfecto, Ediciones B, S.A, Barcelona, 2006.
Jackson, Carole. El color de tu belleza. Círculo de lectores S.A, Barcelona, 1984, páginas 39-53.
Jenkyn Jones, Sue. Diseño de moda, Editorial Blume, Barcelona, 2002.
Kiah, Lula, The Image Consulting Company. Cambiá tu imagen y potenciá tu personalidad, Revista Psicología Positiva, Buenos Aires, Diciembre, 2012.
Lurie, Alison. El lenguaje de la moda, Paidós Ibérica, Barcelona, 1994.
Murillo, Javier. Imagen y Estilo, Editorial Planeta Colombiana S.A, Bogotá, 2000.
Plaza, Alejandra. El mágico mundo de los chakras. E-Book 2015.
Podio, Laura. La expresión mediante el uso de Imágenes. www.laurapodio.blogspot.com.ar, Buenos Aires, noviembre 2008.
Roig Marina. El poder de los colores. Revista Psicología Positiva, Buenos Aires, agosto, 2012.
Subirats Francesc. Indigo, breve historia y simbolismo. www.sobrecolores.blogspot.com.
Vargas, Gabriela. La Imagen del Éxito, Editorial Aguilar, México, 1998.
Vargas, Gabriela. Más sobre la imagen del Éxito, Editorial Aguilar, México, 1999.
Verner Bonds, Lilian. Cromoterapia, Parramón Ediciones S.A, Barcelona, 2000.

Acerca de la autora

Soy Verónica Neumivakin, Rionegrina, diseñadora de Indumentaria egresada de la Universidad de Buenos Aires.

Me especialicé en Consultoría en Imagen y Comunicación en Bogotá, Colombia, trabajando para marcas como Salvatore Ferragamo, Burberry, Celine, Mercy, Stock Models.

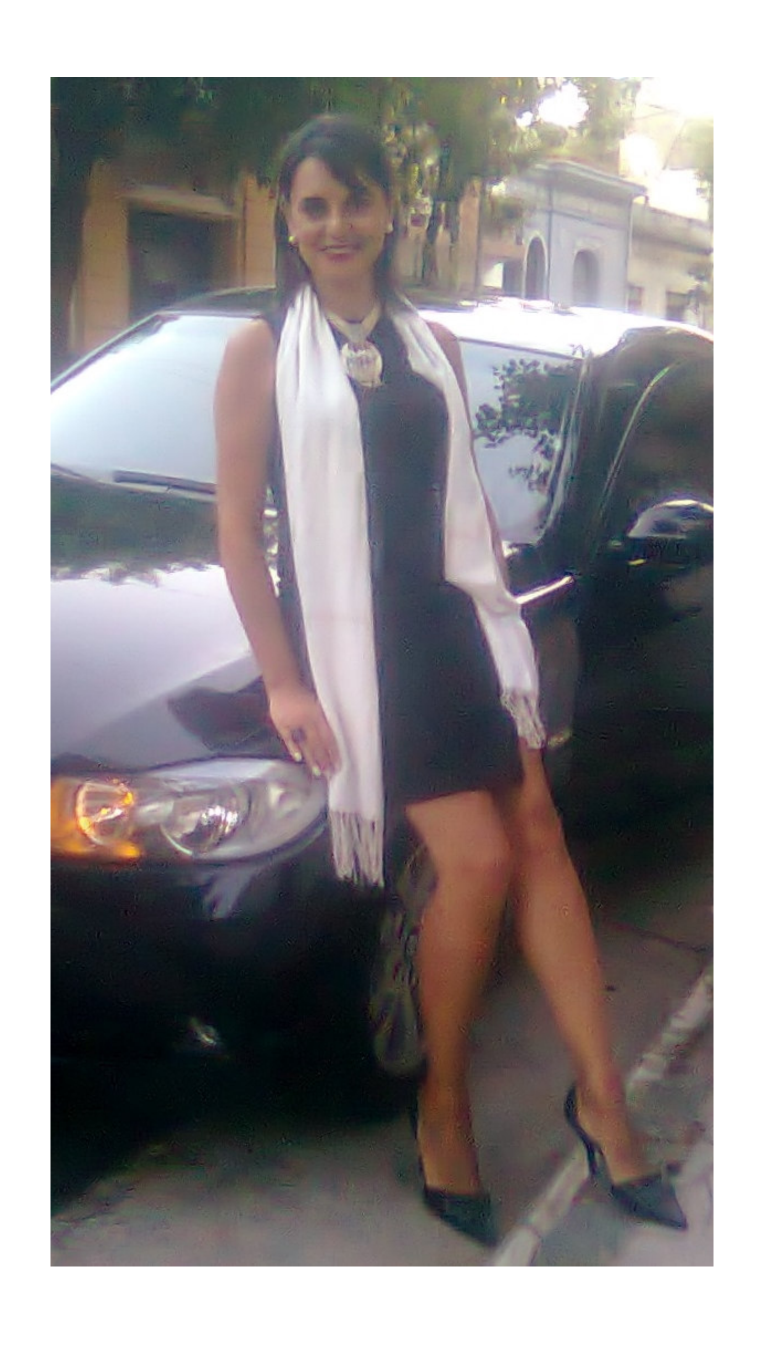
Años más tarde incorporé poderosas herramientas de cambio personal en mis cursos, tales como: Coaching Ontológico, Programación Neurolinguística, Trainning en comunicaciones interpersonales, Liderazgo y motivación, Design thinking, Inteligencia emocional, Arquetipos femeninos, Cromoterapia, Aromaterapia, Gemoterapia, Flores de Bach, Técnicas de meditación y visualización creativa, arte en mandalas, entre otras, con el objetivo de enriquecer mis programas y hacerlos más efectivos.

Siento pasión por aprender y vocación de enseñar.

Tengo 16 años de experiencia acompañando mujeres que atraviesan momentos de cambio, que desean conectarse con sus recursos y crear, crecer, renovarse y diseñar su autentico Sello a partir del autoconocimiento y la propia creatividad, logrando así una imagen exterior atractiva y diferenciada que incorpora al vestir como fenómeno comunicativo con resultados impactantes a nivel personal y profesional.

Me desempeño como consultora, facilitadora, escritora, conferenciante.

Actualmente ha creado el curso virtual VERDADERA IMAGEN, más allá de tu presencia exterior, con el objetivo de que toda mujer, sin límites geográficos pueda estar en contacto con estas herramientas de transformación y cambio para potenciar, afirmar o mejorar su imagen personal.



www.verdaderaimagensite.wordpress.com

Aviso Legal

Este material es exclusivo de Verdadera Imagen.

Queda totalmente prohibida su reproducción total o parcial, préstamo, alquiler o venta o cualquier otro tipo de distribución sin la autorización de su autora.

En ningún caso deberá enviar este contenido o publicarlo en sitios web o lugares impresos.

Ninguna parte de este informe puede ser reproducida o transmitida en ningún tipo de formato: digital, impreso, fotocopia o cualquier tipo de soporte de información y reproducción multimedia.